Введение в коммуникационные специальности. Реклама. Подборка телерекламы.

Гусарова Диана Дмитриевна.
СО-39.

Реклама сока «Добрый»

1) В данной рекламе показана жизнь с рекламируемым продуктом (Семья садится за стол обедать в саду своего дома).

2) Герой рекламы разговаривает в вопросно-ответной форме, как бы обращаясь к зрителям («В помидоре есть витамины и микроэлементы. Вы их видите? Нет!»)

3) В рекламе также используется привлечение известной личности (Александр Белькович – шеф-повар и телеведущий)

4) В рекламе есть метафора «витаминов не видно, но они есть»- мотив здоровья.

5) Диалог папы и сына – мотив семейных отношений.

6) В рекламе используется метонимия (12 спелых помидоров в одном литре сока)

7) Слоган рекламной кампании сока «Добрый»: «Добрый- польза овощей и фруктов каждый день» - мотив высоких функциональных качеств и долговременности, гарантия и надежность производителя, что товар или услуга обладают отличными характеристиками, в совершенстве выполняют то, для чего они предназначены.

Реклама сока «Rich»

1) В этой рекламе показана жизнь с рекламируемым продуктом (Девушка собирается на вечеринку. На вечеринке пьют сок)

2) В рекламе присутствует эмоциональные мотивы (атмосфера праздника)

3) «Богатый купаж апельсинов разных сортов»- мотив роскоши, многообразия, престижа.

4) В рекламе праздник сравнивается с особым ритуалом, который не может обойтись без важной детали («акцент на изысканный вкус», «яркий момент праздника»), что подчёркивает важность, и незаменимость рекламируемого продукта, его престижность.

5) Слоган рекламы: «Rich» - вкус создающий, праздник» является метафорой, в которой делается акцент на составе и внешнем виде продукта (мотив высоких функциональных качеств).

Реклама сока «Дары Кубани»

1) Сюжет этого рекламного ролика гиперболизирован (сюжет - преувеличение).

2) Акцент в ролике сделан на натуральность продукта, его природное происхождение.

3) Есть олицетворение «Сама природа отбирает яблоки для нашего сока».

4) Природу в рекламном ролике олицетворяют ежи, которые здесь являются полноценными сотрудниками по производству рекламируемого напитка.

5) Процесс выбора лучших фруктов в рекламе показан как голосование и выставление оценок жюри (аллюзия на присуждение награды на какой-либо выставке).

6) «Сама природа отбирает яблоки для нашего сока» – мотив высоких функциональных качеств, гарантия надежности, высокого качества продукта, его натуральности и полезности.

7) Слоган рекламы: «Дары Кубани» - подарок природы» является метафорой и содержит мотив любви и заботы.